

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, I. L., & Al'asqolaini, M. Z. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Hutahaean, W. S. (2018). *Dasar Manajemen*. Ahlimedia Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Libriana Susanti. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Kosmetik Make Over (Studi kasus pada konsumen toko eka kosmetik lahat)*. 14(1).
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. MEDIA SAINS NDONESIA.
- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV Insan Cendekia Mandiri.
- Paskalis Dakhi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Distribusi Produk Sebagai Variabel Intervening (Penelitian Pada Konsumen PT. Holly Kadoz Niasindo Teluk Dalam-Nias Selatan). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Management* (17th ed.). Global Edition, Pearson Prentice Hall.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Ratnasari, R. A. (2019). (*Studi Empiris Pada PT Niaga Nusa Abadi Magelang*)
SKRIPSI Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S-1.
- Rizal, M. H. S., Rachma, N., & Abs, M. K. (2021). *Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Konsumen Matahari Departemen Store Malang Town Square mahasiswa FEB Universitas Islam Malang)*. 218–230.
- Robiah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>
- Rohimah, R. A. E. . A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Qween Cosmetics Wonosobo*. 1(1), 1–8.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 2–11.
- Sesilia Wirani. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Koran*.
- Siagian, A. O. (2020). *Dasar-dasar Manajemen*. CV. PENA PERSADA.
- Sofian Assauri. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2013). *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Graha Ilmu.
- Sunyoto. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ke 2)*. Erlangga.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4.). Andi.

Triyani CH. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT.GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Umar dan Husein. (2016). *Study Kelayakan Bisnis* (Edisi Ket). Gramedia Pustaka Utama.

Widodo, R., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(4), 263–270. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i4.66>

Wijaya, C., & Muhammad Rifa'i. (2016). *Dasar-dasar Manajemen*. Perdana Publishing.

